

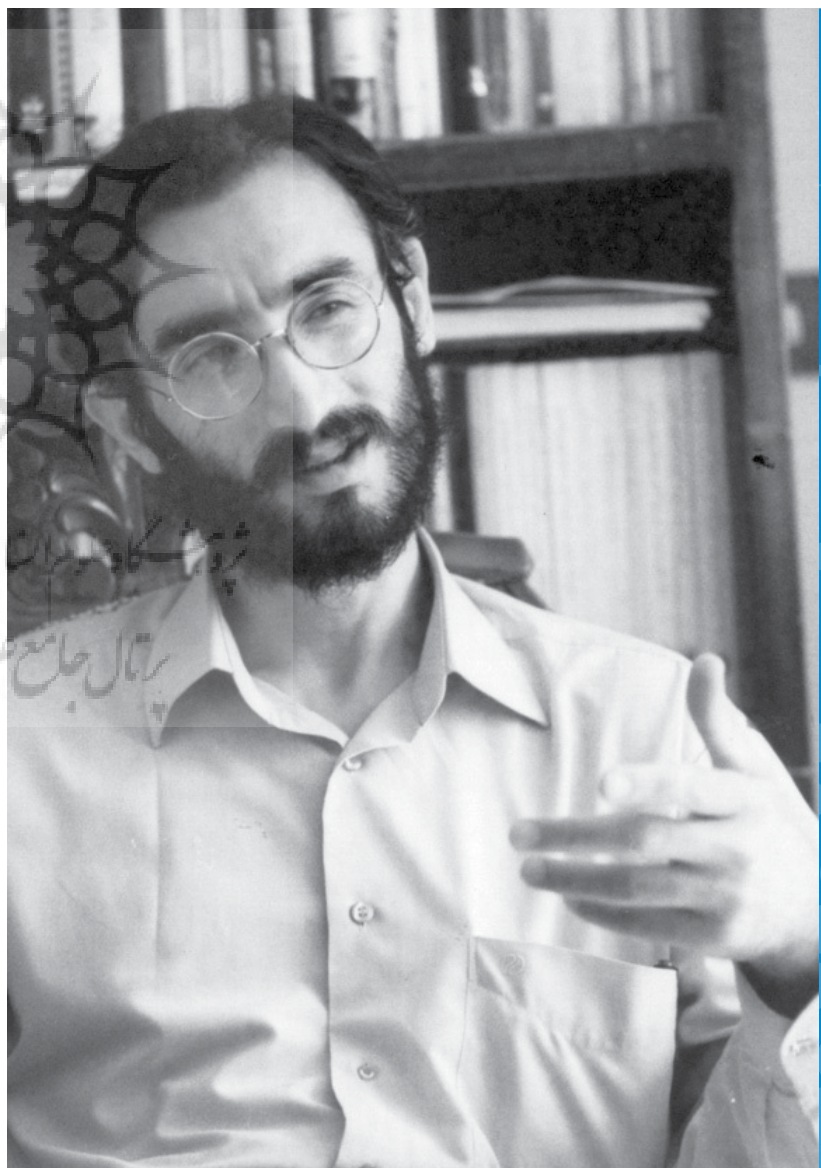
## روابط عمومی در ایران باستان

پرفسور دکتر فاروق صفی زاده

درجه اجتهاد در فقه - دکترای الهیات - دکترای فلسفه پزشکی - دکترای علوم متافیزیک - دکترای تاریخ - دکترای فرهنگ و زبان های باستانی - فوق دکترای ایران شناسی - فوق دکترای ادیان

توضیح : روابط عمومی به لحاظ مفهومی، در ابتدا به طور مطلق به صورت «هنر» متجلی شده است که بایستی از آن به نام «دوران پیش از تاریخ روابط عمومی» یا دوران اول روابط عمومی یاد کرد، که فاصله زمانی ۵ هزار سال پیش از میلاد تا اندکی پس از جنگ جهانی اول ( ۱۹۱۸ میلادی ) را شامل می شود.

از زمانی که از تکنیک در روابط عمومی استفاده شد، در واقع «دوران روابط عمومی فنی» یا دوران دوم ظهور کرد. این دوران از حدود ۱۹۱۸ میلادی تا اندکی پس از جنگ جهانی دوم ( ۱۹۵۰ میلادی ) را شامل می شود. اما دوران سوم «دوران روابط عمومی متکی بر فلسفه مدیریت» متکی بر نظریه ادوارد برنیز یا پدر روابط عمومی نوین است، که از سال ۱۹۵۰ تاکنون را در برمی گیرد. در حال حاضر روابط عمومی، آمیخته ای از عناصر سه گانه یاد شده است و از هر سه در پیشبرد اهداف خود یاری می گیرد. بر همین اساس در دوران سوم عناصر روابط عمومی را، هنر، فن و فلسفه اجتماعی مدیریت ذکر کرده اند؛ در حال حاضر در دوران سوم هستیم. آنچه که در زیر می خوانید، گزیده ای از مقاله بلند پروفیسور صفی زاده و بیان کننده شرایط ممتاز ایران در دوران اول روابط عمومی می باشد.





## چکیده

بیان و تبلیغ این اقدامات، چشم و گوش سازمان، روابط میان فرد یا واحد اقتصادی با یک سازمان دیگر و با مردم.

از گذشته تا به حال ارتباطات همواره به عنوان یکی از موضوعات با توجه به تاریخ و تمدن و فرهنگ غنی ایران در طول تاریخ و قدمت این کشور باستانی، بر اساس دوره های تاریخی ایران، پیش از تاریخ، حکومت ها و اقوام مانایی، کاسی، اورارتویی، سومری، گوتی و غیره و سپس دوران تاریخی ماد، هخامنش، ساسانی، اشکانی، شیوه مدیریت و حکومت پادشاهان ایرانی بر اساس نظم و فدراتیو اداره می شده است. در این نوع سیستم اطلاع رسانی و ارتباطات، تبلیغ و به ویژه تبلیغات دینی یا فعالیت هایی که امروزه روابط عمومی اش می خوانند، به صورت چشمگیری دیده می شود که در متون باستانی و حتی متون دینی ایرانی این موارد ثبت شده است. در این مقاله به طور گسترده به این مباحث پرداخته می شود. روابط عمومی عبارت از دانشی است که به وسیله آن سازمان ها آگاهانه می کوشند به مسئولیت اجتماعی خویش عمل نمایند تا

## انجمن مغان؛ آغازگر روابط عمومی علمی در ایران به معنای امروزی آن

سازمان انجمن مغان از سازمان های بسیار گسترده و دینی و علمی در جهان باستان بوده که قرن ها جهان آن روز را زیر بوغ خود داشته است. سه گروه به زردشت پیامبر ایران باستان نزدیک بودند و از لحاظ پاکدامنی و پارسایی و بزرگ منشی بر دیگران برتری داشتند. در بین این سه گروه نیز به ترتیب خودمانی ها و خویشان به زرتشت نزدیک تر بوده و مورد اعتماد و اطمینان او قرار گرفته بودند. اعضای سازمان مغ ها یا انجمن برادری اشو زردشت زان نیز افراد سه گروه مذکور تشکیل می دادند. زیرا آن ها افرادی از خود گذشته و نسبت به پیامبر وفادار بودند. خود زرتشت از سازمان انجمن مغان به آخرین مرحله مغانه یعنی پیری و پاپ و زرتشتی رسیده بود. زرتشت از القاب و عناوین سازمان مغان بوده است. گروهی از دانایان، بیش از پدید آمدن زرتشت در کار آموزش مردمان بودند. زردشت که خود یکی از دانایان یا آموزندگان است آموزش های بنیادی را که با گذشت زمان دگرگون یافته پالوده و با یاری برخی از آموزندگان همزمان خود بنیاد انجمن را گذاشته و بر آن انجمن مغان نام نهاده. در این انجمن سه گروه وجود داشته اند که برترین آنها استواران، سپس همکاران و سپس یاران بوده اند.

ابن انجمن برای آن که درست و به سامان گردانده شود، سازمان ویژه ای داشته که نشانه ای از این سازمان را در بند ۴ هات ۵۳ گاتاها (سروده های اشوزردشت) می توان دید: «من کسی را که به عنوان پدر و سرور خودمانی ها گمارده شده است، دوست خواهم داشت و به همسری

از ویژگی های آیین مهر که آیین مغان بوده است، «بهره دهی به گروه و بهره وری از گروه» است که یکی از اصول اصلی روابط عمومی در قرن کنونی شمرده می شود

بتوانند تفاهم و پشتیبانی کسانی را که برای موسسه اهمیت دارند به دست آورند. روابط عمومی عبارت است از داشتن رابطه خوب با دیگران، تلاش های یک موسسه برای کسب همکاری مردم و گروه های دیگری که برای آن موسسه اهمیت دارند. اقدام به کارهایی برای افزایش و تقویت رابطه با مردم. انجام کارهای خوب و مفید،

خواهم پذیرفت.»

مغان دیرینه، مغ مرد یا پارسا بوده اند افزوده بر آموزش دیگران و تبلیغ، خود در کار شناسایی ناشناخته ها بوده اند و از این روی آنان را می توان دیرینه ترین عارفان دانست. نشانه ای از این کوشش بینش گرایانه مغ مردان را در بخشی از گاتاها می توان دید: «هستی بخش دانا و سرچشمه نیکی بهترین آموزش را به مردم دانا و پارسا خواهد آموخت، آموزشی که همه پاکدلان و روشندان و آموزگاران فلسفه عرفان از آن آگاهند.» از ویژگی های آیین مهر که آیین مغان بوده است، «بهره دهی به گروه و بهره وری از گروه» است که یکی از اصول اصلی روابط عمومی در قرن کنونی شمرده می شود. انجمن مغان با دگرگونی یا با سخت گیری در آیین مهری دیده می شود. گروه سه گانه به گروه هفت گانه افزایش می یابد و مهریان برای رسیدن به پایه پیر (زردشتی یا پاپ) باید از هفت مرحله بگذرند. مغان در کنار کارهای اصلی، در پزشکی و روان درمانی نیز استاد بودند. آنان اصولی برای خود داشتند از جمله: کشف نیازها و خواست ها و علایق مخاطب، تهیه و تدوین برنامه کار برای ارضاء این خواست ها، شناخت ویژگی ها و خصوصیات مخاطبان، افزایش مستمر مجراهای ارتباطی با مخاطبان، از ویژگی های امروزی روابط عمومی ایده آل و مخاطب محور می باشد که در سازمان انجمن مغان جزو اصول اولیه بوده است. در آیین زردشت نیز اشاسپندان یا فروزه های اهورا مزدا وجود دارند که پرتوی از این فروزه ها در آدمی نیز وجود دارد. همه کارها و امور این اشاسپندان نیز از اصول روابط عمومی در دستگاه آفرینش خداوند بوده است که به بررسی این شش فروزه می پردازیم:

۱. وهیشتامن (بهمن) که به معنای بهترین منش و خرد است. وهیشتامن گوهر خرد و خرد جهانی است. همه آدمیان با فروزه و توانایی منش نیک (وهومن) پدید آمده اند. وهومن بازتابی از وهیشتامن یا خرد جهانی است. واژه وهوسن در عربی تبدیل به واژه وحی شده که به معنی فرمان و دستور خداوند است.

۲. اشاوهِیشتا (اردی بهشت) که به معنای راستی و داد والاست. اشاوهِیشتا، راستی جهانی و اشا نشانه خواست اهورایی است. اشا راه راستی است و پویندگان آن راه به خوشبختی (اشا) می رسند. دین زردشتی دین راستی و داد است که همه جا با دروغ در جنگ می باشد. از این رو اشا گوهر دین زردشت هم هست.

۳. خشتراوییریا (شهریور) سومین فروزه اهورامزدا به معنای توانایی برگزیدنی است. خشترا از ریشه خش به معنای توانایی می باشد. این فروزه را به شهریاری خدایی تعبیر کرده اند. این فروزه معروف نیروی سازنده است و نه قدرت ویران کننده. معرف توان اخلاقی و روانی است و نه بدی و کینه توزی.

۴. سپنتا آرمیتی (اسفند) چهارمین فروزه بزرگ اهورا مزدا است. سپنتا به معنی افزایشنده و آرمیتی به معنای آرامش، هماهنگی و مهر است. هر دو واژه با هم به معنای آرامش افزایشنده است. سپنتا آرمیتی آرامش و مهر در جهانی که از راه همکاری میان آدمیان با اهورا مزدا به دست می آید را نشان می دهد.

۵. هاروتات (خرداد) که به معنای رسایی و کمال است. اهورا مزدا گوهر کمال است. او همه خوبی ها را در خود دارد. کمال نمادی از خودشناسی

فرهنگ یکی از عناصر جامعه و یا سازمان است که از آن در سازمان های تحت عنوان فرهنگ سازمانی یاد می کنند و امروزه فرهنگ سازمانی در افزایش بهره وری، توسعه و رشد سازمان و کسب سهم بازار نقش بسیار مهم و اساسی دارد

اهورا مزدا است. آدمیان می توانند با کوشش در راه رسیدن به کمال، با به کار بردن خرد و کارکرد به راستی و مهرورزی، توان اهورایی به دست آورده و در راستای کمال راه پیموده، خود را بشناسند و به اهورا مزدا برسند.

۶. امرتات (امرداد) به معنای بی مرگی است. اهورا مزدا بی آغاز، بی انجام و جاودانی است. در اوستا امرتات و هاروتات بیشتر جاها با هم آمده اند و این نشانه آن است که راه رسیدن به بی مرگی، نایل شدن به کمال، رسایی و خود شناسی است. آدمی می تواند با خرد و راستی و داد و مهرورزی، به توانایی سازنده دست یافته و با آن توانایی به کمال و



## معابد و آتشکده ها در ایران باستان، از نشانه های ارتباطات گروهی محسوب می شود

فردی و گروهی و سازمانی و همگانی، مشارکت جویی و تبلیغات دینی را می رساند.

### ارتباطات در ایران باستان

اکثر محققان و مورخان معتقدند که در حدود چهار هزار سال پیش از میلاد مسیح، سکنه ایران از قبایل شکارچی و گله دار تشکیل می شد. یکی از کشفیات بسیار مهم و جالب در منطقه کویر لوت، پاکت گونه هایی سفالین به صورت گوی هایی گلی است که ایرانی چهار هزار سال قبل از میلاد، اطلاعات عددی را به صورت اجسام ریز و درشت درون آن قرار می داده و روزنه آن را با گل پر می کرده و پس از پختن در کوره برای مخاطب ارسال می کرده است. دریافت کننده پاکت سفالی نیز با شکستن و بررسی اجسام درون آن، پیام را دریافت می کرده است. «دنیز شاندت بسرات»، باستان شناسی که بیش از همه درباره پاکت های سفالی ایران تحقیق کرده، در دهه ۱۹۸۰ مقاله ای درباره نشانه های گلی جمعی منتشر کرد. او درباره اجسام سفالی شکل مذکور این نظریه را مطرح کرده است که پیشینه آن ها به اوایل عصر نوسنگی با قدمت هشت هزار سال می رسد. یعنی زمانی که انسان ها از سنگ ریزه های طبیعی برای شمارش استفاده می کردند و بعدها تبدیل به چیزی شده است که آن را نشانه های گلی جمعی با نشانه های سه بعدی می نامند. «شماندت بسرت»، در دایره المعارف ارتباطات، به کارگیری نشانه های سفالی جمعی را استنباط اولیه از خط می داند و آن ها را از نظر شکل ظاهری به پانزده دسته تقسیم می کند. همچنین او قدیمی ترین مجموعه کشف شده نشانه های جمعی را مربوط به حدود ۸۰۰۰ سال قبل از میلاد می داند و دایره المعارف ارتباطات، با چاپ نقشه تمام صفحه ای از قسمتی از خاورمیانه که بیشترین سهم آن را نقشه ایران دارد، پراکندگی نشانه های جمعی را مربوط به مناطقی از ایران مانند تپه گنج دره، شوش، چغازنبیل و نقاط دیگری از ایران دانسته است.

اختراع مهر نیز از دستاوردهای تمدن ایرانی بوده است. مهر ها نوعی علامت گذاری ابتدایی محسوب می شوند. با مهمور شدن انواع کالاها، ظروف، کوزه ها و خمره ها، علاوه بر ثبت مالکیت، نشانه امضاء صاحب کالا نیز بر اجناس نقش می بسته و از این رو در این قبیل داد و ستدها که پایه و اساس آن شناسایی صاحب کالا بوده، صحت کالا بنا بر وجود مهر سازنده یا فروشنده مورد قبول واقع می شده است. مهرهای باستان را به سه دسته تقسیم کرده اند. دسته سوم بیشترین کاربرد را در تکثیر ابزارهای پیام بر عهده داشته است:

رسایی و سرانجام به جاودانی برسد.

این فرهنگ آریایی است که در معنی و مفهوم امشاسپندان دیده می شود. فرهنگ یکی از عناصر جامعه و یا سازمان است که از آن در سازمان های تحت عنوان فرهنگ سازمانی یاد می کنند و امروزه فرهنگ سازمانی در افزایش بهره وری، توسعه و رشد سازمان و کسب سهم بازار نقش بسیار مهم و اساسی دارد. فرهنگ سازمانی مجموعه ای نرم افزاری از ارزش ها و اعتقادات و نگرش ها است که موجب وحدت، انسجام، یکدلی و مشارکت و همسویی افراد و سازمان را فراهم می کند. انسان و طبیعت، سرشت انسانی، جایگاه انسانی، راستی و درستی از داده های فرهنگ است. باورهای ژرف فرهنگ ملی، پندارها و باورهای رهبران و پایه گذاران و اعضای سازمان در آن سازمان ها، در فرهنگ آن ها بازتاب می یابد. فرهنگ و ارتباطات رابطه مستقیمی با هم دارند. فرهنگ متشکل از مجموعه ای از ابزارهای مادی و ارزش هاست و پدیده ای ارتباطی است، زیرا از طریق فرایند ارتباطات، فرهنگ به صورت کتبی، شفاهی یا کلامی و غیر کلامی منتقل می شود. این شیوه روابط عمومی عنصری از فرهنگ و متاثر از آن است. چرا که روابط عمومی یعنی دیدگاه ها، ارزش ها، راهکارها و مجموعه عملیات و رفتارهای فردی و گروهی و بهره برداری از ابزارهای مادی و معنوی برای انتقال معنا و مفهوم.

دایره المعارف ارتباطات، با چاپ نقشه تمام صفحه ای از قسمتی از خاورمیانه که بیشترین سهم آن را نقشه ایران دارد، پراکندگی نشانه های جمعی را مربوط به مناطقی از ایران مانند تپه گنج دره، شوش، چغازنبیل و نقاط دیگری از ایران دانسته است.

در اساطیر و فرهنگ دوران باستان نیز، حتی در اسطوره های ایرانی روابط عمومی به لحاظ مفهومی دیده می شود. در میان ایزدان آریایی نیز این مهم نمایان است. «اثریمن» نام ایزدی است که بر ضد نیروی تباه کننده بیماری ها و دردها است. «ایشیه» به معنی عزیز و گرامی و آرزو شده است. گویی «ایشیه» نخستین پزشک است که چاره و درمان دردها و ناخوشی ها به او سپرده شده است. «ارت» یا ارد از دیگر ایزدان آریایی است که ایزد ثروت و توانگری است.

در اسطوره های ایرانی و اسامی ایزدان آریایی مثل اردی بهشت (بهترین بهشت در باور آریایی)، اشتاد (راهنمای مینویان و جهانیان)، رام (ایزد سلامتی و خوشی)، اریاتن (ایزد دوستی و پیوند و آرامش) و ... مبنای روابط عمومی نوین به خوبی دیده می شود و صفات هر کدام از این ایزدان نشان گر روابط عمومی قوی و ارتباطات و اطلاع رسانی و ارتباط

و در کنار هر برجی، صفحه ای بود و بر روی آن ساختمان نگهبان آتش قرار داشت. بالای برج ها دو نوع آتش روشن می شده است. آتش اولی که شعله سفید داشت نماینده خبر مثبت و دومی که شعله قرمز داشت نماینده خبر منفی بود. ایرانیان با ارتباط از طریق علامت دادن با آتش یا نور، مجموعه سیستمی را پدید آورده بودند که بسیار باعث حیرت یونانیان و رومیان شده بود. سیستمی که از طریق آن پیام های سلطنتی در کم ترین زمان منتقل می شدند.

۱. مهرهای مخروط شکل، که ابتدایی ترین طبقه مهر را تشکیل می دهد.

۲. مهرهای گنبد شکل، که بر بدنه آن سوراخی تعبیه می کردند و اغلب با سنگ ساخته می شده است.

۳. مهرهای لوله ای یا استوانه ای که آنها را لوله یا سیلندر می نامند. مهرها غالبا از سنگ معمولی یا از عقیق و مرمر و سنگ ها قیمتی بوده است و استفاده از آنها در دوره هخامنشی رواج داشته است.

معابد و آتشکده ها در ایران باستان، از نشانه های ارتباطات گروهی محسوب می شود. یکی از بارزترین نشانه های ارتباطات گروهی در چغازنبیل، بنای شگفت انگیزی در صحن شمال شرقی آن است. این بنا، آثار بازمانده از یک آمفی تئاتر روباز است که دارای ۲۰ متر طول و حدود ۱۰ متر عرض است. در آمفی تئاتر چغازنبیل، حدود ۵۰۰ نفر می توانستند بنشینند و شاهد مراسم قربانی باشند، سخنرانی گوش کنند، نمایش مذهبی تماشا کنند و یا شاهد عبور نیایش گونه زائران باشند. بعدها مشابه این آمفی تئاتر در روم باستان ساخته شد.

در ایران باستان، وجود برج ها در دوران های پیش از تاریخ ( از مادها تا زمان ساسانیان)، نشان از انتقال پیام دارد. یک خط تلگراف پیش از میلاد مسیح وجود داشته است که در یک شبکه، اطلاع رسانی چند هزار کیلومتری را انجام می داده و موضوعات انتقال پیام، موضوعاتی به مراتب متنوع تر از خبر حمله را مخابره می کرده است. برج های خبر رسانی هخامنشیان، در یک ردیف نامنظم، از دامنه کوهستان ها و روی تپه ها و کوه ها و کف دره ها و داخل شهرها و آبادی ها می گذشت

